www.netjen.com.br
ISSN 2595-8410
Quinta-feira,
12 de setembro de 2024
Ano XXI - Nº 5.177

Empresas & Negócios

airdone_CANVA

SETE RAZÕES PELAS QUAIS OS CLIENTES ESCOLHEM A CONCORRÊNCIA NO E-COMMERCE

Leia na página 8

Do medo à certeza: quais ações são essenciais antes do ERP?

Digitalização. Essa pode ser considerada a palavra da vez, tendo em vista a atual era da transformação digital que temos vivido dia após a dia, e que tem impulsionado as organizações, cada vez mais, a investirem em recursos que apoiem na gestão do negócio.

Dentre tantas opções favoráveis a essa missão, o ERP (Enterprise Resource Planning), sem dúvida, é a melhor. No entanto, antes da sua adoção, é necessário realizar ações importantes. Embora alguns possam achar que esse movimento do mercado se trata de uma novidade, na prática, ele já começou há anos.

Isso é, o boom da digitalização ocorreu durante a pandemia, uma vez que, com as medidas restritivas, as organizações compreenderam a necessidade de investir em recursos que garantissem o fluxo operacional.

Como exemplo do resultado desse investimento, hoje, anos após o fim da crise sanitária, de acordo com a pesquisa realizada pela Opinion Box em parceria com a Ploomes, 68% das empresas B2B no Brasil se tornaram mais digitais e, desse número, 61% se consideram com alto ou muito alto nível de maturidade digital, o que sinaliza uma mudança significativa no cenário empresarial do país.

Não há como negar o avanço que as empresas obtiveram nos últimos anos, utilizando ferramentas que apoiam nas operações no dia a dia. Entretanto, uma vez superado esse obstáculo, uma outra dor vem tomando conta do empresariado: como saber onde implementar, estrategicamente, tudo o que foi adquirido?

Até porque, mais do que adquirir uma ferramenta é necessário, antes, realizar

Iryna_Drozd_CANVA

o mapeamento a fim de conhecer a fundo os processos, identificar gargalos para localizar as dores do negócio e identificar quais são os pontos de dificuldade, sejam áreas ou processos que precisam ser solucionados. É, justamente, a falta desse diagnóstico que têm levado diversas empresas a dúvidas e incertezas quanto à adoção de um ERP, visto que não atingem resultados satisfatórios.

É importante destacar que mesmo um ERP tendo embarcado as melhores práticas do mercado, dificilmente, irá ter uma boa execução sem que haja um alinhamento prévio que auxilie na identificação e obtenção de métricas que contribuam para a melhor visualização e gestão da empresa.

Desta forma, antes de aderir ou migrar de um software de gestão, é essencial ter estabelecido quatro pilares fundamentais: visão, valores, riscos e adoção de melhores práticas. A partir desse alinhamento, torna-se possível eliminar incertezas e gargalos que prejudicam o bom desempenho do ERP.

Certamente, esse não é um caminho fácil, considerando o fato de que se trata de uma abordagem que envolve diversas áreas, tornando necessário revisitar processos e realizar adequações sistêmicas que permitam o bom funcionamento do software. Quanto a isso, contar com o apoio de uma consultoria especializada nessa abordagem é uma excelente estratégia.

Afinal, o time de especialistas, ao fazer uma análise adequada do negócio, irá identificar se a empresa está preparada ou não para um sistema de gestão, bem como executar pré-serviços que antecipem a jornada, guiando para tomadas de decisões efetivas. Esse processo pré implementação é crucial para ajudar a empresa a trilhar um caminho rumo à inovação e eficiência, tendo atribuídas as melhores práticas atreladas ao uso de um sistema robusto.

Além disso, a organização, além de acompanhar o movimento de transformação digital, também pode expandir o investimento em projetos Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I), e obter incentivos fiscais através da Lei do Bem (Lei nº 11.196/2005).

Tendo em vista o avanço da tecnologia com a Inteligência Artificial (IA) e a chegada de novas tendências, cresce a necessidade das organizações investirem em estratégias que venham ao encontro do propósito do negócio, e que favoreçam no ganho de competitividade.

Para isso, é crucial que as empresas, desde já, aprimorem suas técnicas, bem como alinhem sua gestão de modo que se complementem com uso do ERP.

Afinal, mais do que um facilitador, a tecnologia deve ser vista com um elemento estimulante, que abra espaço para a conquista de novos resultados. Sendo assim, se a empresa está estagnada, mesmo utilizando ferramentas, é hora de analisar esse cenário e encontrar os diferenciais.

Até porque, mais do garantir uma boa posição na competição, é preciso assegurar a sobrevivência das operações.

(Fonte: Beatriz Domingues é gerente de produtos e alianças da G2 - https://g2tecnologia.com.br/).

Negócios em Pauta

Foto: Norcoast/Divulgação

Transporte de cargas pela costa brasileira

A Norcoast, empresa de navegação costeira, amplia o transporte de cargas pela costa brasileira ao expandir suas atividades para o Porto de Itajaí/SC. Tido como o principal porto da região e o segundo maior do país em movimentação de contêineres, ampliará os serviços da empresa no mercado catarinense. Hoje, a empresa opera de Norte a Sul do país, atuando até então com um serviço que cobre cinco portos, sendo Paranaguá, Santos, Suape, Pecém e Manaus, a empresa aposta na logística integrada e, sobretudo, em um serviço de porta a porta, visando entregar a carga até a porta do cliente. A inclusão do Porto de Itajaí na escala semanal acontecerá no dia 2 de outubro, trazendo mais abrangência e oportunidades de negócios.. Leia a coluna completa na página 3

News@TI

Just_Super_CANVA

Seminário sobre o impacto da Inteligência Artificial na atividade econômica

@A Universidade Santo Amaro (Unisa) realiza o seminário: Impactos Setoriais da Inteligência Artificial. A conferência presencial será no dia 20 de setembro, das 9h às 18h, no Tivoli Mofarrej São Paulo Hotel. Os interessados devem se inscrever pelo site da Universidade ou pela plataforma Sympla (IMPACTOS SETORIAIS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL em São Paulo - Sympla). A taxa de inscrição é de R$ 100,00, que será revertida para a organização não-governamental Amigos do Bem. O evento, coordenado pelo ministro da Justiça, prof. dr. Enrique Ricardo Lewandowski, tem o objetivo de debater de forma ampla como a Inteligência Artificial tem influenciado os mais diversos setores econômicos no Brasil e no mundo. Assim como as questões que envolvem o processo regulatório da aplicação da tecnologia (https://www.sympla.com.br/evento/impactos-setoriais-da-inteligencia-artificial/2541354?referrer=www.unisa.br). Leia a coluna completa na página 2

Métricas para mensurar sucesso em campanhas com criadores de conteúdo

O sucesso de uma campanha com criadores de conteúdo depende da escolha e aplicação das métricas corretas, não só para justificar o investimento, mas para otimizar continuamente as estratégias e alcançar resultados significativos.

Proteção dos dados pessoais para que as empresas conquistem a confiança do consumidor

A confiança se destaca como o principal ativo a ser protegido pelos players do Varejo, e isso passa por respeitar aspectos como os impactos das marcas no planeta e na sociedade.

Estudo prevê um aumento geral de 10% no faturamento para a Black Friday 2024

A Haus, plataforma de marketing do Grupo Stefanini, revela em estudo liderado por suas empresas Gauge, Ecglobal e W3haus, as principais tendências para a Black Friday 2024.

Data mining: como a IA acelera o processo em prol de clientes mais satisfeitos

A centralidade do cliente e o enriquecimento da sua jornada são alguns dos elementos mais estratégicos e que compõem os alicerces dos negócios de múltiplos setores na atualidade.

Automóveis

Opinião

Além de investimento em IA, Brasil precisa de políticas que incentivem inovação tecnológica de forma mais ampla

Rodrigo Miranda (*)

O governo brasileiro anunciou recentemente um investimento de R$ 23 bilhões em inteligência artificial, englobando também a instalação de um supercomputador de ponta.

Não há dúvida de que se trata de um momento importante para o avanço tecnológico do país, mas para que a iniciativa traga um impacto duradouro, é crucial que seja acompanhada de políticas que incentivem a inovação de forma ampla e acessível.

Uma das mudanças necessárias é a modernização da Lei do Bem, que concede incentivos fiscais às empresas que investem em pesquisa e desenvolvimento. A abrangência da legislação pode ser amplificada com as reformas propostas nos projetos de lei 2838 e 4944, que estão em tramitação no Congresso e eliminam a exigência de lucro no ano fiscal para o enquadramento. Sem este entrave, startups e empresas em crescimento também poderão aproveitar as oportunidades voltadas para a inovação.

Outra medida fundamental é que o setor privado e o público trabalhem juntos em um esforço coordenado. Empresas de tecnologia, universidades e instituições de pesquisa precisam estabelecer parcerias para utilizar os novos recursos de forma a não somente fomentar inovações tecnológicas, mas também gerar mais negócios e oportunidades de mercado. Isso criará um ciclo virtuoso de inovação que fortalecerá a economia nacional e colocará o Brasil em uma posição relevante no mapa da competitividade.

O investimento em inteligência artificial também deve ser visto como parte de um ecossistema maior, que inclui infraestrutura, capital humano e um ambiente regulatório que favoreça o crescimento sustentável. Aliada a este tripé, as empresas necessitam ainda apostar na gestão estratégica da inovação para maximizar o potencial dos investimentos em IA. Para isso, é mais do que bem-vinda a introdução da norma ISO 56001.

Prevista para ser publicada em setembro de 2024, a norma, que estabelece requisitos para um sistema de gestão da inovação, pode fornecer o framework necessário para que as empresas alinhem suas estratégias com as melhores práticas internacionais. Com a ISO 56001, as organizações poderão estruturar processos de inovação mais eficazes, garantindo que novos produtos ou processos não sejam apenas uma iniciativa isolada, mas parte integrante de sua estratégia de negócios.

As empresas que adotarem a ISO 56001 estarão mais bem preparadas para identificar riscos e oportunidades, alocar recursos de forma eficiente e melhorar continuamente seus processos e resultados. Essa norma também tem um adicional importante: promove a cultura da inovação ao exigir comprometimento da liderança, o que é crucial para que a mentalidade de inovação permeie todos os níveis da organização.

Combinando, portanto, os incentivos adequados da Lei do Bem e práticas robustas de gestão da inovação com a ISO 56001, o país pode transformar os investimentos realizados em inteligência artificial em um motor de crescimento econômico e competitividade global. Essa abordagem integrada é essencial para garantir que o Brasil se torne um líder em inovação tecnológica nos próximos anos.

(*) CEO da G.A.C. Brasil e professor no curso de especialização em Gestão Estratégica da Inovação Tecnológica da UNICAMP.

OpenAi ultrapassa um milhão de usuários pagantes

A OpenAI anunciou ter ultrapassado a marca de um milhão de usuários pagantes de seus produtos empresariais ChatGPT Enterprise, Team e Edu.

Vivaldo José Breternitz (*)

bongakarn_thanyakij_de_Pexels_CANVA

Esses produtos são diferentes versões do ChatGPT, desenvolvidas pela OpenAI para atender a necessidades específicas de diversos tipos de usuários e organizações:

Ao lançar ChatGPT em novembro de 2022, a OpenAI impulsionou fortemente a ascensão da inteligência artificial – em abril passado, tinha 600 mil usuários pagantes; ultrapassar um milhão em cerca de quatro meses é algo impressionante.

Brad Lightcap, COO da OpenAI, disse que a inteligência artificial está redefinindo a maneira como as pessoas trabalham e que a empresa se orgulha de estar ajudando as pessoas a serem mais produtivas, simplificar operações e identificar oportunidades de inovação.

Segundo a OpenAI, Estados Unidos, Alemanha, Reino Unido e Japão são os países onde suas ferramentas são mais utilizadas. Estão utilizando os produtos da OpenAI organizações como o grupo jornalístico Financial Times, a Universidade de Oxford, e a farmacêutica Sanofi, que os usa para acelerar o desenvolvimento de medicamentos e levá-los mais aos pacientes de maneira mais eficiente.

De acordo com uma pesquisa realizada pela OpenAI, que ouviu 4.700 usuários empresariais ao redor do mundo, 92% relataram aumento de produtividade, 88% disseram ter economizado tempo e 75% observaram melhorias em termos de criatividade e inovação. Os principais casos de uso incluem pesquisas, redação e edição de conteúdos e geração de ideias.

Estas, ao menos, são situações em que inteligência artificial é usada para o bem.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor da FATEC SP, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjnitz@gmail.com.

Quatro vantagens do dropshipping que todo empreendedor precisa saber

O dropshipping tem se consolidado como uma das estratégias mais eficazes no e-commerce, especialmente para empresas que buscam minimizar riscos e ter mais flexibilidade. De acordo com um estudo da Grand View Research, o mercado global de lojas virtuais deve atingir Us$ 7,4 trilhões até 2025, impulsionado por modelos de negócios como o dropshipping, cujo mercado global está projetado para crescer a uma taxa anual composta (CAGR) de 28,8% entre 2020 e 2026, segundo uma pesquisa da Statista. Esses dados destacam a força deste modelo como uma estratégia viável e lucrativa para empresas de todos os níveis. E agora vamos conhecer as quatro maiores vantagens dessa abordagem:

oleksandransaumenko_CANVA

1. Benefícios para todos

Independente do nível de experiência do empreendedor, o dropshipping oferece benefícios atraentes. Para iniciantes, o modelo requer um investimento inicial baixo, eliminando a necessidade de manter um estoque próprio. Isso reduz significativamente os riscos financeiros e permite testar diferentes produtos sem grandes compromissos. Para veteranos, ele oferece a escalabilidade necessária para expandir rapidamente sem as limitações logísticas de um negócio tradicional.

2. Gerenciamento de estoque simplificado

Uma das maiores vantagens do dropshipping é não precisar manter um estoque físico. Isso não só reduz os custos com armazenamento e gestão de inventário, mas também elimina os riscos de obsolescência de produtos. Assim, é possível oferecer uma ampla variedade de mercadorias e se adaptar rapidamente às mudanças de demanda, sem as limitações que o estoque tradicional impõe.

3. Flexibilidade de localização e horário de trabalho

Essa estratégia também proporciona uma flexibilidade incomparável em termos de localização e horário de trabalho. Como o negócio pode ser gerido de qualquer lugar com acesso à internet, não há vinculação a um espaço físico ou a horários específicos de operação. Isso é ideal para quem busca um estilo de vida mais independente, com a liberdade de trabalhar remotamente e ajustar a rotina conforme os compromissos pessoais.

4. Teste de produtos e entrada em novos mercados

Outro grande benefício é testar novidades sem risco. Como não há necessidade de investir em estoque antecipadamente, é possível adicionar itens ao catálogo e vendê-los apenas quando houver demanda, além de experimentar diferentes categorias e nichos, adaptando rapidamente o catálogo às mudanças do mercado. Se uma tendência se mostrar passageira, os produtos podem ser removidos sem prejuízo, mantendo o portfólio sempre atualizado e competitivo.

Em resumo, o dropshipping é uma solução eficiente para empreendedores que desejam focar em marketing e crescimento da marca, sem as complicações logísticas do gerenciamento de estoque. A flexibilidade, a capacidade de testar novos produtos sem riscos e a adaptação rápida ao mercado tornam esse modelo atraente tanto para iniciantes quanto para empresários experientes. Ao aproveitar essas vantagens, é possível construir um negócio sustentável e escalável em um mercado em rápida evolução.

(Fonte: Jaqueline Rodrigues é diretora de marketing da ViaDropz, empresa que atua com dropshipping de joias no Brasil – e-mail: viadropz@nbpress.com.br).

Hub de tecnologia do RJ é eleita como uma das melhores empresas para se trabalhar

A CSP Tech – empresa de tecnologia da informação que atende megacorporações brasileiras de diversas atividades econômicas – repete em 2024 conquistas na área de gestão obtidas em anos recentes. Novamente, a CSP Tech figura em lugar de destaque no ranking da Great Place To Work (GPTW), que indica as melhores empresas do país para se trabalhar. Na edição 2024 do GPTW, ela está no top 15 do estado do Rio de Janeiro, na categoria de empresas com 100 a 999 funcionários. A CSP tem sede na capital fluminense e conta com um quadro de cerca de 300 colaboradores. Em junho último, a CSP Tech recebeu o novo selo Great People Mental Health, também do GPTW. Esse selo especificamente atesta que a organização promove a suas equipes condições de trabalho que proporcionam qualidade de saúde mental, acima da média recomendada (https://www.csptech.com.br/).

Versão beta do jogo "zona eleitoral - prefeitura" já está disponível gratuitamente para celular

A versão beta do jogo "Zona Eleitoral - Prefeitura" já está disponível gratuitamente para dispositivos android sem anúncios ou compras dentro do aplicativo. Em breve, também estará disponível para iOS. O game oferece aos jogadores uma experiência imersiva e bem-humorada, na qual eles assumem o papel de um candidato à prefeitura de uma cidade fictícia, explorando as complexidades do processo eleitoral.

"Zona Eleitoral - Prefeitura" coloca o jogador no papel de um candidato à prefeitura de Tubaúba, uma cidade fictícia, desafiando-o a tomar decisões estratégicas e gerenciar recursos para vencer a eleição. Além de ser divertido, o jogo foi criado para promover a educação política e cidadania, especialmente entre os jovens que votarão pela primeira vez nas eleições de 2024. O lançamento durante a campanha eleitoral reforça seu objetivo de conscientizar e educar sobre o processo eleitoral de forma acessível e envolvente.

O game já coleciona prêmios e participações em eventos importantes. Em 2023, foi um dos jogos premiados no Pitch do Games for Change Latin America. Em 2024, foi convidado para integrar o estande do Governo de São Paulo na Gamescom Latam, o maior evento de games da América Latina. Além disso, o jogo passou por fases de testes em escolas e projetos voltados para a juventude em Ubatuba-SP, onde o público-alvo avaliou o desempenho do jogo, e testou o nível de assimilação do público (www.gamezonaeleitoral.com.br).

José Hamilton Mancuso (1936/2017) **Laurinda Machado Lobato (1941-2021)** Responsável: **Lilian Mancuso**

Editorias
Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); *Ciência/Tecnologia:* Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); *Livros:* Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br);
Comercial: comercial@netjen.com.br
Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; *Editoração Eletrônica:* Ricardo Souza.
Revisão: Maria Cecília Camargo; *Serviço informativo:* Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Jornal Empresas & Negócios Ltda
Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP.: 04128-080
Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br)
Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90
JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)
Matriculado no 3° Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

Colaboradores: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro.

ISSN 2595-8410

Setor de serviços cresce 1,2% em julho frente a junho e renova recorde

O setor de serviços, que reúne atividades como transporte, turismo e restaurantes, apresentou crescimento de 1,2% em julho na comparação com junho

O resultado faz com que o segmento atinja o ponto mais alto da série histórica, superando o marco alcançado em junho. Em relação a julho de 2023, a expansão foi de 4,3%. No acumulado de 2024, a alta é de 1,8%, enquanto em 12 meses o resultado mostra expansão de 0,9%. Os dados foram divulgados ontem (11), pelo IBGE.

Elza Fiuza/ABr
Resultado do setor está 6,8% acima do patamar pré-pandemia.

Na comparação entre julho e junho, três dos cinco grandes setores apresentaram resultado positivo, com destaque para o grupo de serviços profissionais, administrativos e complementares, que subiu 4,2%. Dentro desse setor, os destaques foram as atividades de agenciamento de espaços de publicidade e intermediação de negócios em geral. "As empresas têm usado muito as plataformas digitais para fazer anúncios", analisa o gerente da pesquisa, Rodrigo Lobo.

Outro setor com resultado positivo na passagem entre julho e junho foi o de informação e comunicação, com crescimento de 2,2%. Lobo explica que, em julho, mês de recesso escolar, é comum que muitas famílias tirem férias, e, assim, as salas de cinema acabam tendo um bom desempenho nesse período.

Ao todo, a pesquisa do IBGE observa o comportamento de 166 tipos de serviços.

A pesquisa do IBGE traz dados também do Indicador de Atividades Turísticas (Iatur), que mostrou retração de 0,9% na passagem entre junho e julho. Rodrigo atribui o mau desempenho ao aumento de preços de passagens aéreas (19,39%) e de aluguel de veículos: alta média de 6,93%. O segmento de turismo se posiciona 6,8% acima do patamar pré-pandemia e 1% abaixo do ponto mais alto da série, alcançado em fevereiro de 2014 (ABr).

Ministro do Esporte diz que bets são "benéficas"

Em meio a denúncias, operações e prisões envolvendo esquemas de apostas esportivas, o ministro do Esporte, André Fufuca, avaliou ontem (11) que as chamadas bets serão "benéficas" para o setor. "A gente não pode confundir os maus com os bons. A gente tem que separar o joio do trigo".

"Essas denúncias que estamos vendo serão averiguadas e eu garanto que, por parte do Ministério do Esporte, todo o rigor será usado para que a gente tenha o máximo de lisura em relação a apostas esportivas", disse, ao comentar sobre a recém-criada Secretaria Nacional de Apostas Esportivas e de Desenvolvimento Econômico do Esporte, vinculada à pasta.

"Se tem uma coisa que não pode haver é qualquer tipo de ilicitude. Quanto a isso, somos totalmente vigilantes para que não haja. E, se houver, que sejam punidos os culpados", completou Fufuca. Dados de uma pesquisa de opinião do Instituto Locomotiva mostram que, entre janeiro e julho deste ano, 25 milhões de brasileiros passaram a fazer apostas esportivas em plataformas eletrônicas – uma média de 3,5 milhões ao mês.

O levantamento mostra que, em cinco anos, o número de brasileiros que apostaram em bets chegou a 52 milhões. Desse total, 48% são considerados novos jogadores. O hábito de tentar a sorte nas plataformas eletrônicas no país atinge, atualmente, um grupo do mesmo tamanho do total de habitantes da Colômbia e superior ao de países como Coreia do Sul, Espanha e Argentina (ABr).

Maioria dos bares e restaurantes do Rio não obtêm lucro

A Associação Brasileira de Bares e Restaurantes no Rio de Janeiro (Abrasel RJ) anunciou que, de acordo com sua mais recente pesquisa, realizada entre os dias 19 e 26 de agosto, 65% dos bares e restaurantes no estado não obtiveram lucro no mês de julho. Dos estabelecimentos entrevistados, 28% registraram prejuízo e 37% operaram em equilíbrio financeiro, enquanto apenas 35% conseguiram lucrar.

O levantamento também mostrou que, para 32% dos estabelecimentos, o faturamento de julho foi superior ao de junho; para 34%, o resultado foi equivalente, e 32% registraram queda. Entre os principais fatores que contribuíram para os prejuízos estão a queda nas vendas e a redução no número de clientes, apontados como as maiores causas pelos empresários.

Outro dado relevante é que 47% dos estabelecimentos não conseguiram aumentar os preços nos últimos 12 meses. Dos que fizeram reajustes, 44% ajustaram conforme ou abaixo da inflação, enquanto apenas 9% conseguiram aumentar os preços acima da inflação. O endividamento continua sendo um desafio para o setor: 37% das empresas têm pagamentos em atraso.

Pedro Hermeto, presidente da Abrasel RJ, avaliou o cenário com preocupação: "O setor ainda enfrenta grandes desafios, mesmo em um período de recuperação econômica. A dificuldade em reajustar preços e a alta taxa de endividamento são barreiras significativas. Estamos empenhados em trabalhar junto aos empresários e ao poder público para encontrar soluções que ajudem a reverter esse quadro".

Lixões: comemorar o quê?

João Gianesi Netto (*)

Quando, em 2020, foi promulgada a lei 14.026, que instituiu o Novo Marco Legal do Saneamento, os técnicos da ABLP e, agora, do sucessor da entidade, o Instituto Valoriza Resíduos by ablp, juntamente com os colegas de outras instituições, sentiram-se aliviados e encorajados.

E havia bons motivos para isso, pois a erradicação dos lixões, nossa maior meta ambiental desde a promulgação da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), em 2010, ganhava plenas condições legais de ser atingida com pleno êxito. Quais são os caminhos previstos para o atingimento dessa meta?

Sustentabilidade econômica (a falta de recursos era a maior desculpa dos prefeitos em manterem os lixões); regionalização (proporcionando economia de escala para a destinação adequada dos rejeitos); faltava uma Lei Federal, tornando politicamente viável a cobrança do manejo dos resíduos

Os prefeitos alegavam que cobrar taxa ou tarifa do lixo era perder votos. E de novo prazo de quatro anos para os municípios com população abaixo de 50 mil habitantes, cujo prazo final foi definido para 2 de agosto de 2024. Chegamos agora na data de comemorar, mas infelizmente permanecemos com o mesmo cenário.

Passados quatro anos, o país ainda tem mais de 2.500 municípios cuja disposição dos resíduos permanecem em lixões. Vale lembrar a todos que esta prática enquadra-se como crime ambiental, de responsabilidade exclusiva dos prefeitos.

Agora, estamos vivenciando mais um período de eleições municipais, mas o tema do saneamento básico e manejo dos resíduos não fazem parte dos programas da maioria dos candidatos a prefeitos e vereadores.

Assim, há risco de que os graves problemas dessas áreas continuem sem solução em numerosos municípios. Afinal, esgoto a céu aberto e lixo não dão votos. Porém, os responsáveis podem e deveriam ser presos, conforme a lei.

O temerário cenário, infelizmente, tende a continuar e se alongar por muitos anos. Entendemos que só haveria solução com uma rígida intervenção dos governos estaduais, desenvolvendo política ambiental de emergência e apoio aos municípios de pequeno porte. A prioridade é para os 1.250 cuja população está abaixo de cinco mil habitantes.

Portanto, aos técnicos e pessoas que atuam no setor só resta continuar trabalhando em favor do meio ambiente e insistindo no seu lema: "Brasil, te quero ver livre de lixões".

(*) - É presidente do Instituto Valoriza Resíduos (https://www.ablp.org.br/).

NEGÓCIOS em PAUTA

lobato@netjen.com.br

A - Mulheres Negras

A PepsiCo abriu inscrições para o seu programa de trainee Next Gen, exclusivo para Mulheres Negras, que se autodeclaram pretas e pardas. Serão mais de 10 vagas em Operações, Vendas, S&T (Estratégia & Transformação), Marketing e Finanças, com salário de R$ 10 mil. O programa não exige cursos específicos, ou seja, as interessadas podem se candidatar para o setor de sua escolha, independente da sua área de formação. A idade também não é um limitador no processo e o inglês não é uma exigência. As inscrições podem ser realizadas até o dia 3 de outubro por meio do site: (https://grupociadetalentos.com/pepsicotrainee2025/).

B - Dia de Doar

Com a participação de especialistas e líderes do terceiro setor, o lançamento oficial da edição 2024 do Dia de Doar, liderado pela Associação Brasileira de Captadores de Recursos, será realizado no próximo dia 17 (terça-feira), a partir das 10h. Visa compartilhar informações sobre as iniciativas e ferramentas disponíveis para organizações que buscam fortalecer suas campanhas de captação. Foi preparada uma programação especial, que inclui a apresentação completa da agenda, marcada para acontecer no dia 3 de dezembro. O evento é virtual, com inscrições: (https://relacionamento.captadores.org.br/ddd-24-lancamento).

C - Curso online Gratuito

Acaba de surgir uma iniciativa que promete impactar positivamente a vida de milhares de jovens brasileiros: o 'Cria Digital', um curso 100% online e gratuito, realizado pela ONG JA Rio de Janeiro e pela escola de marketing digital M2BR Academy, em parceria com o Canva Brasil. A iniciativa oferece 40 mil vagas para estudantes da rede pública de ensino, adolescentes e jovens, de 15 a 29 anos, especialmente aqueles em situação de vulnerabilidade social e que desejam transformar suas vidas e comunidades por meio do trabalho como influenciar digital e com criação de conteúdo para as redes sociais. Mais informações e inscrições: (https://jarj.org.br/criadigital).

D - Seguro e Previdência

A Federação Nacional de Previdência Privada e Vida - Fenaprevi - abriu as inscrições para o XI Fórum Nacional de Seguro de Vida e Previdência Privada, que será realizado no dia 27 de novembro, em São Paulo. Com o tema central "Inovar. Expandir. Impulsionar". Reunirá especialistas e formadores de opinião além das maiores lideranças e executivos deste mercado. É uma oportunidade para profissionais e interessados nos segmentos de previdência privada, seguros de vida, longevidade e outras temáticas relacionadas compartilharem conhecimentos e contribuírem para definir o futuro do setor. Inscrições: (https://tshop2.proevento.com.br/?id=ZmVuYXByZXZpX2RhZG9zOjEwMw==).

E - Mercado Imobiliário

Entre os dias 15 e 17 de outubro, no Anhembi, em São Paulo, acontece o CIMI360, reconhecido como o maior movimento do Mercado Imobiliário na América Latina. Considerado o evento mais importante do setor, visa fomentar negócios tanto em nível nacional quanto internacional, oferecendo uma nova perspectiva sobre o mercado imobiliário atual. O ponto de encontro para todos os profissionais do mercado imobiliário, reunindo especialistas, investidores e empreendedores em um ambiente único de aprendizado e negócios. Para mais informações, acesse: (https://cimi360.com.br/).

F - Prêmio de Jornalismo

O Prêmio Automação - Categoria Imprensa - dá destaque a matérias e reportagens pautadas em soluções globais de tecnologia, padronização de processos e códigos de produtos, identificação de uma forma geral e seus benefícios para a cadeia de abastecimento. O prêmio destaca matérias e reportagens pautadas em soluções globais de tecnologia, padronização de processos e códigos de produtos, identificação de uma forma geral e seus benefícios para a cadeia de abastecimento. Saiba mais em (https://fs8.formsite.com/gsurvey/cases_2024/login).

G - Capital da Energia

Entre os próximos dias 23 e 26, o Rio de Janeiro será a capital global da energia com a realização da ROG.e 2024, um dos maiores eventos do setor no mundo. Organizado pelo Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás (IBP), a conferência deve receber mais de 70 mil visitantes de 65 países, incluindo lideranças do setor, autoridades, investidores e acadêmicos . Contará com oito pavilhões, mais de 550 expositores e sete eventos paralelos. oferecendo oportunidades para debates do mercado de carbono, hidrogênio, upstream, combustíveis, diversidade, evolução energética justa, gás natural e startups. Saiba mais: (https://www.roge.energy/).

H - Fornecedores da China

Entre os próximos dias 17 e 19, no São Paulo Expo, com entrada gratuita para Pessoas Jurídicas, acontece a China Homelife e China Machinex Brazil 2024, que terá mais de 30 mil itens e mais de 600 estandes. É a maior feira de negócios B2B com fornecedores chineses no Brasil, todos certificados internacionalmente e que apresentam seus mais novos produtos, dando aos visitantes a vantagem de descobrir as mais recentes tecnologias e lançamentos do mercado. Dirigida a empreendedores, importadores ou distribuidores, a feira conta com o serviço de matchmaking para articular reuniões de negócios. Inscrições: (https://bit.ly/4cglml1).

I - Clima Espacial

Estão abertas as inscrições para a Escola São Paulo de Ciência Avançada (ESPCA) em Atividade Solar e Clima Espacial, que será realizada na capital paulista entre os dias 11 e 22 de novembro. Apoiada pela FAPESP, a escola busca fornecer uma compreensão abrangente da atividade solar e seus efeitos no clima espacial, oferecendo sessões práticas e palestras de especialistas. Os participantes terão a chance de aprofundar seus conhecimentos em áreas chave da física solar, análise de dados e previsão do clima espacial. Confira em: (https://sites.google.com/view/espca/registration?authuser=0).

J - Consumo e Varejo

Entre os próximos dias 17 e 19, o Expo Center Norte será o cenário do Latam Retail Show, um dos eventos mais significativos do setor na América Latina, que acontece simultaneamente ao PL Connection, evento de negócios voltado para mercado de private label. A Francal, ecossistema voltado para eventos de negócios, e a Gouvêa Experience, plataforma destinada ao debate, educação e inspiração do varejo, se unem para desenhar o futuro do consumo e varejo. Uma oportunidade de explorar novidades e soluções do varejo por meio da interação com mais de 100 expositores. Mais informações e inscrições: (https://www.latamretailshow.com.br/).

Via Digital Motors

Lucia Camargo Nunes (*)

Produção e vendas crescem em agosto, enquanto estoques de chinesas preocupa

Agosto foi um mês positivo para o setor automotivo. O ritmo acelerado verificado em julho manteve-se elevado no mês passado, com a produção de 259.613 autoveículos (leves e pesados), alta de 5,2% sobre julho e 14,4% sobre agosto de 2023.

Nos emplacamentos, foram 237.400 unidades, 14,3% sobre julho. As importações tiveram discreta retração de -1,7% e a Anfavea chama a atenção para um estoque recorde de quase 82 mil veículos chineses.

Para Lima Leite, a preocupação é como isso vai impactar nas vendas: poderá ocorrer um excesso de promoções e gerar distorções no mercado. Para o consumidor, isso se chama concorrência.

No acumulado do ano, as vendas passaram dos 1,5 milhão de unidades, 13% a mais do que foi registrado no mesmo período de 2023.

Nos emplacamentos acumulados desde janeiro, a Strada volta a liderar com folga, seguida pelo Polo. Três SUVs aparecem entre os 10 veículos mais vendidos do Brasil: T-Cross, Creta e Tracker.

Top 10 dos mais vendidos de janeiro a agosto de 2024

Modelo	Unidades
1º Fiat Strada	87.211
2º Volkswagen Polo	84.678
3º Chevrolet Onix	60.043
4º Hyundai HB20	57.026
5º Fiat Argo	56.052
6º Volkswagen T-Cross	46.821
7º Fiat Mobi	43.812
8º Hyundai Creta	43.774
9º Chevrolet Tracker	41.672
10º Chevrolet Onix Plus	39.614

Fonte: Fenabrave

Stellantis

Fiat Strada.

Com Yuan Pro, BYD aposta no SUV elétrico mais em conta do mercado

As versões Pro são a nova estratégia da BYD para ganhar volume no mercado. Depois do híbrido plug-in Song Pro, a chinesa lançou o 100% elétrico Yuan Pro, uma opção mais em conta e menos equipada em relação ao Yuan Plus.

Por R$ 189.800 é o SUV elétrico mais acessível do mercado e chega para cutucar modelos flex, como VW T-Cross, Hyundai Creta e Honda HR-V.

No design, o Yuan Pro é diferente de outros BYD e agrada. Discreto e atual, tem faróis de LED afilados e para-choques encorpados. Atrás o desenho da lanterna lembra o do Dolphin. As rodas de 17" calçam pneus 215/55 R17.

Fotos BYD

Yuan Pro 2.

O interior é bem agradável, com materiais macios ao toque, estofamento premium em cor clara, ajustes elétricos nos bancos dianteiros, abertura da porta por NFC, cluster de 8,8" e tela multimídia de 12,8" que pareia sem fio. O espaço no banco de trás é razoável (2,62 m de entreeixos), ajudado pelo assoalho plano.

O motor elétrico de 177 cv de potência e 29,6 kgfm de torque estão de acordo com a proposta de tamanho do SUV e acelera até 100 km/h em apenas 7,9 segundos.

Sua bateria menor, de 45,1 kWh, lhe dá autonomia de 250 km, baixa para os padrões atuais e também para quem vai usar o carro em viagens. Por falar nisso, o porta-malas é pequeno: 265 litros, menor do que compactos nacionais.

O Yuan Pro não conta com assistentes ao motorista, traz apenas 6 airbags, sensores de estacionamento dianteiro e traseiro e câmeras 360 graus. Ficou também sem o teto solar.

É uma aposta interessante para brigar com SUVs flex, mas limitado pela autonomia e espaço mais acatado.

Ford doa Mustang customizado para a Gerando Falcões

A Ford lançou em março passado a sétima geração Mustang GT Performance no Brasil, junto com as comemorações globais dos 60 anos do muscle car.

Uma das ações para essas celebrações foi usar a primeira unidade importada do Mustang GT Performance, a única que veio na cor prata Orvalho, que não está à venda, e entregá-la ao designer Alan Mosca para fazer uma pintura especial com o tema.

Com esta pintura, selecionariam uma ONG para doar o Mustang e ser leiloado. Um carro único e exclusivo.

A Ford escolheu a Gerando Falcões, que atua no combate à pobreza em favelas. O Mustang customizado já está com os lances abertos em um leilão virtual e toda a renda será destinada à ONG.

Fotos Ford

Mustang Gerando Falcões.

Nas lojas, o Mustang GT Performance custa a partir de R$ 529 mil. Este é o lance mínimo e o leilão ficará no ar até 14 de outubro.

Sem dúvida, será o item mais valioso do Favela Gala São Paulo, tradicional evento beneficente anual promovido pela entidade.

(*) - É economista e jornalista especializada no setor automotivo, editora do portal www.viadigital.com.br e do canal @viadigitalmotors no YouTube.
E-mail: lucia@viadigital.com.br

IA impulsiona inovação e segurança nas maquininhas de cartão

A inteligência artificial (IA) continua a transformar os meios de pagamento, especialmente nos ambientes físicos, onde a inovação está cada vez mais presente. Com a expectativa de que o mercado de IA generativa alcance US$ 13 trilhões até 2032, segundo um estudo da Bloomberg Intelligence, as oportunidades para o setor de pagamentos são vastas e promissoras.

Os terminais de pagamento, especialmente aqueles baseados em Android, têm se mostrado a plataforma ideal para o desenvolvimento e implementação dessas tecnologias, permitindo que as empresas ofereçam soluções mais inteligentes, seguras e personalizadas para os consumidores. Essas inovações não apenas melhoram a eficiência, mas também proporcionam uma experiência de usuário mais integrada e conveniente.

"A segurança e a eficiência continuam a ser as prioridades, mas a IA traz novos horizontes para a personalização e conveniência nas transações físicas, possibilitando um novo patamar de interação entre clientes e sistemas de pagamento", afirma Alexandre Silveira, Diretor de Produtos da Ingenico, ao separar as cinco principais tendências que devem chegar ao mercado de terminais de pagamento. Confira:

gevende_CANVA

- **Detecção e prevenção de fraudes -** A IA permite a análise em tempo real de padrões de transações, identificando atividades suspeitas antes que possam causar danos. Com algoritmos avançados, a segurança das transações é significativamente aumentada.
- **Reconhecimento biométrico -** Tecnologias de reconhecimento facial, de voz e de leitura de palma da mão estão ganhando espaço, proporcionando uma camada extra de segurança e conveniência, permitindo autenticações sem necessidade de senhas ou cartões.
- **Manutenção preditiva -** Utilizando dados de uso dos terminais, a IA pode prever e prevenir falhas, garantindo que os dispositivos estejam sempre operacionais e reduzindo os custos de manutenção.
- **Personalização de experiências -** A IA pode oferecer recomendações e ofertas personalizadas diretamente nos terminais de pagamento, baseando-se no histórico de compras do cliente e aumentando a relevância das interações.
- **Uso de metadados em decisões informadas -** A aplicação de metadados em modelos estatísticos permite que as empresas de pagamentos tomem decisões mais precisas e informadas, melhorando a eficiência dos processos.

Assim, as tendências que estão se consolidando no mercado indicam um futuro em que a IA não só transforma as transações financeiras, mas também amplia as possibilidades de interação e segurança, moldando uma nova era para os pagamentos físicos.

Com a IA, os terminais de pagamento não são apenas dispositivos para processar transações, mas ferramentas inteligentes que oferecem novas oportunidades para comerciantes e consumidores.

"A aplicação da IA em terminais físicos é um campo em constante evolução, e o desenvolvimento de soluções que integram essas tecnologias de maneira segura e eficaz é uma prioridade para a indústria," finaliza o especialista. - Fonte e outras informações: (https://ingenico.com/pt).

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
3º Subdistrito - Penha de França
Dr. Mario Luiz Migotto - Oficial Interino

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **DANILO PEREIRA DA SILVA,** profissão: empresário, estado civil: divorciado, naturalidade: nesta Capital, Butantã, SP, data-nascimento: 25/01/1985, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Anisio Pereira da Silva e de Tania Regina Azevedo Silva. A pretendente: **GIÚLIA LISBOA DE MORAES,** profissão: advogada, estado civil: solteira, naturalidade: em Estiva, MG, data-nascimento: 29/12/1997, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Pablo Dias de Moraes e de Luciana Lisboa de Oliveira.

O pretendente: **ELISO RIBEIRO MACHADO VIAL,** profissão: vigilante, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Belenzinho, SP, data-nascimento: 20/08/1991, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Ademir Machado Vial e de Walkiria Ribeiro Lima. A pretendente: **ELISANGELA OLIVEIRA DE SOUZA,** profissão: gerente comercial, estado civil: solteira, naturalidade: em Ferraz de Vasconcelos, SP, data-nascimento: 03/06/1990, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Hélio Angelo de Souza e de Maria Lucia Ferreira de Oliveira de Souza.

O pretendente: **RICARDO SANT'ANA RAMALHO RIBEIRO,** profissão: advogado, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Indianópolis, SP, data-nascimento: 16/05/1995, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Fabio Ramalho Ribeiro e de Cenir Sant'Ana Ramalho Ribeiro. A pretendente: **RAFAELA DE SOUZA MACHADO,** profissão: advogada, estado civil: solteira, naturalidade: Santa Isabel, SP, data-nascimento: 24/08/1998, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Edson Machado e de Maxima Maria de Souza.

O pretendente: **EDUARDO SARKIS JUNIOR,** profissão: empresário, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Indianópolis, SP, data-nascimento: 05/02/1994, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Eduardo Sarkis e de Sonia Regina Corrêa. A pretendente: **TALITHA CAROLINA GONÇALVES DE LIMA,** profissão: nutricionista, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Vila Mariana, SP, data-nascimento: 12/08/2002, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Geraldo de Araujo Alves de Lima e de Claudia Gonçalves.

O pretendente: **JORGE ISAAC MUNIZ DE SOUZA,** profissão: empresário, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Tatuapé, SP, data-nascimento: 06/02/1980, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Ivan Muniz de Souza e de Jubair Estevão de Souza. A pretendente: **PRISCILA CAVALCANTE BERMUDES,** profissão: empresária, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Cerqueira César, SP, data-nascimento: 22/01/1985, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Carlos Alberto Bermudes e de Marcia Molina Cavalcante Bermudes.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local Jornal Empresas & Negócios

Dia do Cliente: quatro estratégias para impulsionar o seu e-commerce

Antes das grandes datas do comércio, como a Black Friday e o Natal, o varejo tem a oportunidade de estimular a sua base de clientes com outra importante data: o Dia do Cliente, que acontece no próximo domingo (15)

Esse é o momento para os lojistas implementarem estratégias que melhorem ainda mais a experiência de compra, oferecendo benefícios e compreendendo melhor o comportamento do público-alvo. Com uma perspectiva de alcançar um faturamento de R$ 204 bilhões até o final de 2024, conforme dados da ABComm, o cenário do e-commerce no Brasil está pronto para abordagens inovadoras.

alexsl_CANVA

Eduardo Esparza, VP General Manager da Tenerity Ibéria e Brasil, companhia líder internacional de engajamento que aumenta o valor do relacionamento entre as empresas e seus públicos-alvo, vê no Dia do Cliente uma oportunidade crucial para os varejistas refletirem sobre as necessidades dos consumidores.

"Planejamento e análise de dados são essenciais. Mais do que nunca, é fundamental entender como seu cliente está vivenciando a experiência de compra. No contexto atual, onde o comércio eletrônico oferece tantas possibilidades, cada detalhe que facilita o engajamento do consumidor pode ser decisivo", explica Eduardo.

O executivo compartilha quatro dicas essenciais para quem deseja melhorar a experiência do cliente no e-commerce:

- **Reduza a desistência de compra:** uma pesquisa recente da WGSN, revelou que 65% dos consumidores desistiram de uma compra devido à má experiência. "Investir em estratégias de monitoramento para entender o que o seu cliente deseja é fundamental. Quando foi a última vez que revisou a pesquisa de satisfação dos seus clientes?", questiona Esparza.

- **Além do produto, a experiência:** ainda neste sentindo, a mesma pesquisa aponta uma tendência crescente em vender não só produtos, mas experiências. Oferecer uma jornada de compra mais atrativa beneficia tanto o consumidor que gasta mais ao ter uma experiência melhor, quanto a empresa, que aumenta sua receita.

"Uma estratégia inteligente de personalização é essencial, usando dados do consumidor para entregar conteúdo relevante, recomendações e ofertas alinhadas a seus hábitos e preferências. De acordo com o relatório CX Trends 2023, da Zendesk, cerca de 70% dos consumidores afirmam gastar mais em marcas que proporcionam uma jornada de compra personalizada.

- **Invista em programas de benefícios:** "Esses programas precisam oferecer algo de valor para os consumidores, incentivando novas transações. Essa estratégia é ainda mais poderosa quando combinada com cashback, clubes privados de compras, e recompensas" explica Esparza. Ele ressalta que essa abordagem valoriza ainda mais cada venda e estimula o cliente a criar uma relação com as marcas envolvidas.

- **Explore o retail media:** além de promoções e programas de benefícios, Esparza recomenda o uso do retail media, uma modalidade de publicidade digital que promove produtos e serviços em diversos canais de vendas online. "Ao utilizar o retail media, os varejistas aumentam o alcance dos seus anúncios de forma mais assertiva e ainda geram renda extra com os espaços publicitários", finaliza Eduardo. - Fonte e mais informações: (https://www.tenerity.com/br/).

Veículos 100% elétricos e o mito do custo de aquisição

Bruno Gaspari (*)

Nos últimos anos, foi possível visualizar um crescimento significativo na adoção de veículos elétricos em diversos setores no Brasil

Empresas como a Amazon já começaram a implementar uma frota mais sustentável, com 16 de suas 90 estações de entrega operando com motos e vans elétricas em 2024. Essa tendência aponta para um futuro em que os veículos elétricos são cada vez mais comuns nas operações urbanas, trazendo benefícios econômicos e ambientais.

Quando veículos dessa modalidade são colocados em pauta, é comum ouvir que o custo de aquisição é um obstáculo significativo. No entanto, é hora de desmistificar essa percepção e focar no que realmente importa: a performance e a economia que essa alternativa oferece a longo prazo.

- **Vale mesmo economizar?** - Os veículos elétricos são projetados para otimizar a eficiência em cada etapa do processo de entrega. Com um custo operacional significativamente menor em comparação aos veículos a combustão, a economia gerada no consumo de energia e na manutenção se traduz diretamente em mais receita por remessa.

Além disso, a ausência de emissões contribui para um ambiente mais limpo, o que é cada vez mais valorizado tanto por clientes, quanto por regulamentações governamentais.

- **Afinal, dá pra ter performance?** - A performance dos veículos elétricos também é um diferencial importante. Eles oferecem uma aceleração suave e constante, ideal para o tráfego urbano, além de um menor desgaste de componentes mecânicos. Isso não só prolonga a vida útil do veículo, mas também reduz o tempo de inatividade necessário para manutenções.

Ao analisar o custo total de propriedade (TCO), fica claro que o investimento inicial mais alto dos veículos elétricos é rapidamente compensado pela economia operacional e pelo aumento da eficiência. Cada entrega realizada por meio deles não só contribui para a sustentabilidade, mas também gera uma margem de lucro maior, demonstrando que o retorno sobre o investimento é substancial e vantajoso para qualquer operação de entrega urbana.

Ao considerar um veículo para frotas como essa, é fundamental olhar além do custo inicial. A performance e a economia dos modelos 100% elétricos oferecem uma proposta de valor incomparável, garantindo um futuro mais rentável e sustentável.

À medida que mais empresas adotam essa tecnologia, como já demonstrado pela Amazon, o caminho para um setor de entregas mais verde e eficiente se torna possível.

(*) - É Head do Custumer Experience da Arrow Mobility (https://arrowmobility.com.br/).

Cinpal Cia. Industrial de Peças para Automóveis

CNPJ/MF nº 49.656.192/0001-88 - NIRE 35.300.039.092

Ata da Reunião do Conselho de Administração Realizada em 6 de Agosto de 2024

1. Data, Hora, Local: No dia 6/08/2024, às 09 hs., na sede da Cia., na Avenida Paulo Ayres nº 240, na cidade de Taboão da Serra/SP. **2. Convocação e Presença:** A convocação foi regularmente realizada, conforme divulgado em 22/07/2024. Presentes na sede da Cia. a totalidade dos membros do Conselho de Administração: Alessandro Arduini, Herbert Steinberg, Giancarlo Arduini, Mario Cesar Keutenedjian Milani, Mauro Eduardo Guizeline, Michael Josef Roubicek; e Luis André Negrelli de Moura Azevedo. **3. Mesa:** Giancarlo Arduini - Presidente; Luis André Negrelli de Moura Azevedo - Secretário. **4. Ordem do dia: (i)** Tomar ciência da renúncia do Diretor sem designação específica, Sr. Fabricio Debortoli; **(ii)** Eleger os candidatos cujos Currículos seguem anexos a esta Convocação para compor a Diretoria Estatutária, nos termos do art. 19, (iii) do Estatuto Social da Cia., sendo o Sr. Walter de Castro Medeiros indicado para o cargo de Diretor Presidente e os Srs. André Dameto e Rodnei Martins Porto para os cargos de Diretores sem designação específica; e **(iii)** Definir e distribuir individualmente a remuneração dos membros do Conselho de Administração e da Diretoria Estatutária, observado o disposto no §6º do artigo 18 do Estatuto Social da Cia. **5. Deliberações:** Após análise e discussão dos itens constantes da Ordem do Dia, foram tomadas as seguintes deliberações: **5.1.** O presidente do Conselho, Giancarlo Arduini, sugeriu que a reunião fosse gravada, o que foi aprovado por unanimidade. Os Conselheiros também aprovaram, por unanimidade, a lavratura dessa ata em forma sumária. **5.2.** Tomaram ciência da renúncia do Diretor sem designação específica, Sr. Fabricio Debortoli, e agradeceram pelos serviços prestados à Cia. **5.3.** Aprovaram, por unanimidade, a eleição dos Srs. Walter de Castro Medeiros, André Dameto e Rodnei Martins Porto para os cargos de Diretores sem designação específica, com mandato de 1 ano, até a primeira reunião do Conselho de Administração realizada após a AGO que deliberar sobre as demonstrações financeiras referentes ao exercício social encerrado em 31/12/2024. **5.4.** Aprovaram, por unanimidade, a retirada de pauta do item (iii) da ordem do dia, a ser deliberado em uma futura reunião a ser realizada em setembro. **6. Documentos:** Todos os Conselheiros receberam cópia eletrônica e física do material de suporte necessário às deliberações constantes da ordem do dia. **7. Encerramento:** Não havendo outros assuntos a serem objeto de deliberação, o Sr. Presidente informou aos Conselheiros presentes que esta ata seria lavrada e disponibilizada para assinatura eletrônica por todos os Conselheiros. Taboão da Serra, 06/08/2024. **Mesa:** Giancarlo Arduini - Presidente, Luis André Negrelli de Moura Azevedo - Secretário. **Conselheiros:** Giancarlo Arduini, Alessandro Arduini, Herbert Steinberg, Luis André Negrelli de Moura Azevedo, Mario Cesar Keutenedjian Milani, Michael Josef Roubicek, Mauro Eduardo Guizeline. **JUCESP** nº 337.619/24-4, em 09/09/2024. Maria Cristina Frei - Secretária Geral.

BANCO BMG S.A.

Companhia Aberta - CNPJ/MF 61.186.680/0001-74 - NIRE 3530046248-3

EDITAL DE CONVOCAÇÃO PARA ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA

Ficam convocados os senhores Acionistas do Banco Bmg S.A. ("Companhia") para se reunirem em Assembleia Geral Extraordinária ("Assembleia"), a realizar-se no dia 03 de outubro de 2024, às 11 horas, na sede da Companhia, localizada na Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, nº 1.830, 9º andar, sala 94, bloco 04, 10º andar, sala 101, parte, bloco 01, sala 102, parte, bloco 02, sala 103, bloco 03 e sala 104, bloco 04 e 14º andar, sala 141, bloco 01, Condomínio Edifício São Luiz, CEP 04543-000, Bairro Vila Nova Conceição, Município de São Paulo, Estado de São Paulo, para deliberarem sobre a eleição do Sr. **FLAVIO DIAS FONSECA DA SILVA** como membro independente do Conselho de Administração da Companhia, com prazo de mandato unificado até a posse dos conselheiros que forem eleitos na Assembleia Geral Ordinária que deliberar sobre as demonstrações financeiras do exercício social a ser encerrado em 31 de dezembro de 2025. **Informações Gerais:** 1. O Manual para Participação na Assembleia ("Manual"), contendo a proposta da Administração e orientações detalhadas para participação na Assembleia, bem como todos os documentos pertinentes às matérias a serem deliberadas na Assembleia, encontram-se à disposição dos Acionistas, a partir desta data, na sede social da Companhia, no seu website de relações com investidores (www.bancobmg.com.br/ri), bem como nos websites da Comissão de Valores Mobiliários (www.cvm.gov.br) e da B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão (www.b3.com.br). 2. A participação do Acionista poderá ser pessoal ou por procurador devidamente constituído, sendo que as orientações detalhadas acerca da documentação exigida constam do Manual. Sem prejuízo das informações detalhadas no Manual, a Companhia destaca as seguintes informações acerca das formas de participação na Assembleia: • **Participação Pessoal**: o Acionista deverá comparecer à Assembleia munido de documentos que comprovem **(i)** a titularidade das ações pelo acionista, e **(ii)** no caso de **(a)** pessoa física, a sua identidade e **(b)** no caso de pessoa jurídica e/ou fundos, a sua devida representação, apresentando os documentos societários que investem o seu representante de poderes bastantes, bem como o documento de identidade do representante, sendo certo que, para fins de apresentação dos documentos neste item, deverão ser observadas pelo Acionista todas as formalidades indicadas no Manual. • **Participação por Procurador**: as procurações devem conter firma reconhecida ou serem assinada digitalmente com certificação nos padrões disponibilizados pela Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira ICP-Brasil, observado o disposto no artigo 126 da Lei nº 6.404/76 e no Manual. O representante legal do Acionista deverá comparecer à Assembleia munido da procuração e demais documentos indicados no Manual, além de documento que comprove a sua identidade. 3. Para uma melhor organização da Assembleia, a Companhia solicita que, se possível, os documentos indicados no item 2 acima sejam entregues à Companhia até o dia 26 de setembro de 2024 (inclusive), nos termos descritos no Manual.

São Paulo, 12 de setembro de 2024.

OLGA STANKEVICIUS COLPO - Presidente do Conselho de Administração da Companhia

EDITAL DE CITAÇÃO – PRAZO DE 20 DIAS, expedido nos autos da Ação de Usucapião, PROCESSO Nº 1000279-21.2020.8.26.0534 A MM. Juiza de Direito da Vara Única, do Foro de Santa Branca, Estado de São Paulo, Dra. Adriana Vicentin Pezzatti de Carvalho, na forma da Lei, etc. FAZ SABER aos réus ausentes, incertos, desconhecidos, eventuais interessados, bem como seus cônjuges e/ou sucessores, que Roberto Piazza Gregorio ajuizou ação de USUCAPIÃO, visando o domínio sobre o imóvel localizado à Estrada Maximino Rodrigues de Siqueira , Bairro Figueira Grande, Santa Branca/SP com área de 0,5527 ha e perímetro dfre 321,10 m, alegando posse mansa e pacífica no prazo legal. Estando em termos, expede-se o presente edital para citação dos supramencionados para, no prazo de 15 (quinze) dias úteis, a fluir após o prazo de 20 dias. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. NADA MAIS. Dado e passado nesta cidade de Santa Branca, aos 20 de agosto de 2024.

Cooperativa de Trabalho de Administradores de Serviços do Lar - COOTRAAD

Edital de Convocação

Assembleia Geral Extraordinária de Dissolução, Extinção e Liquidação Voluntária

A Presidente da **Cooperativa de Trabalho de Administradores de Serviços do Lar - COOTRAAD,** inscrita no CNPJ nº 08.668.092/0001-94, com sede à Rua Bruxelas, 151, Sumaré, CEP 01259-020, São Paulo - SP, na forma do Estatuto Social e da Legislação vigente, CONVOCA seus sócios cooperados para comparecerem à Assembleia Geral Extraordinária, a ser realizada em 21/09/2024 (vinte e um de setembro de dois mil e vinte e quatro), na sede da Cooperativa, em primeira convocação às 09 horas com a presença de no mínimo 2/3 (dois terços) dos cooperados; ou às 10 horas, em segunda convocação, com a presença de no mínimo metade mais 1 (um) dos cooperados e/ou em terceira e última convocação às 11 horas, com a presença de no mínimo 20% (vinte por cento) do total de cooperados, para deliberarem sobre a seguinte **Ordem do Dia:** 1) Deliberação sobre a dissolução voluntária da Cooperativa; 2) Nomeação do liquidante responsável pelo processo de liquidação; 3) Eleição do Conselho Fiscal; 4) Definição dos procedimentos de liquidação e quitação de Passivos; 5) Aprovação das contas do liquidante e, 6) Assuntos relacionados à liquidação e extinção. Para fins legais e estatutários, declaramos que o número de associados em condições de votar até esta data é de 26 (vinte e seis). São Paulo, 09 de setembro de 2024

Teresa Cristina Mendes Carneiro - Presidente do Conselho de Administração

Foto: Rubens Scheid

Turismo

Empresas & Negócios

EGITO: DESTINO CRESCE EM POPULARIDADE ENTRE OS TURISTAS BRASILEIROS

Aumento da popularidade do destino entre os viajantes brasileiros levou a Schultz Operadora a convidar um grupo de 32 agentes de viagens brasileiros para conhecê-lo

Viajar é estar aberto para novos conhecimentos, absorver novas culturas e revisitar a história nos lugares onde ela aconteceu. É por isso que poucos países do mundo se comparam ao Egito quando o assunto é turismo histórico-cultural. O destino, que já foi centro do planeta e acolheu uma das civilizações mais desenvolvidas do mundo, hoje é roteiro dos sonhos para turistas interessados em conhecer suas construções e explorar parte dos mistérios que resistem há milhares de anos.

Além de monumentos arqueológicos, pirâmides e templos dedicados às enigmáticas divindades cultuadas pelos antigos egípcios, o país é dono de cenários e ícones naturais famosos mundo afora, com destaque para o mítico Rio Nilo. Para permitir aos brasileiros viverem dias de Indiana Jones no país do norte da África, a Schultz Operadora tem um roteiro especial e muito procurado pelos viajantes.

Para vivenciá-lo, um grupo de 32 agentes de viagens brasileiros foi convidado a integrar um famtour, promovido em parceria com a Exotic Tours & Travel. “Investimos na experiência como estratégia de capacitação por combinarem vivência com sessões de treinamento, pois nosso objetivo é que o agente de viagens entenda todas as particularidades dos produtos para que possa vender mais e melhor”, afirma Rodrigo Rodrigues, diretor Comercial da Schultz.

A viagem pelo Egito começa no próximo dia 19, quinta-feira, e tem início e finalização no Cairo, a capital do país que revela ruas movimentas às margens do famoso rio Nilo.

A apenas oito minutos do centro, os turistas começam a ter contato com o Egito dos livros de história. É sobre as areias dessa região, considerada Patrimônio da Unesco e uma das Sete Maravilhas do Mundo, que está a Necrópole de Gizé, complexo erguido por volta de 2500 antes de Cristo e formado pelas Três Pirâmides - Quéops, Quéfren e Miquerinos –, Grande Esfinge e Templo do Vale de Quéfren, entre outras construções. Conhecer esses cenários é como mergulhar em uma das épocas mais fascinantes da história.

Um voo de pouco mais de uma hora leva os viajantes a outro destino icônico egípcio. Luxor é o nome moderno da histórica Tebas, capital dos faraós quando esses governantes exerciam o auge de seu poder, há milhares de anos. É lá que o grupo embarca em um inesquecível cruzeiro por um dos rios mais famosos do mundo, com paradas estratégicas para visitas que deixarão qualquer explorador boquiaberto em cidades como Esna e Edfu.

Entre os destaques da margem oriental estão o Templo de Luxor – um dos mais preservados da história do Egito Antigo - e o de Karnak – considerado o maior templo já construído no mundo e um dos principais cartões-postais do Egito até hoje. Na margem oposta, o grupo visitará o famoso Vale dos Reis, necrópole onde foram descobertas mais de 60 tumbas talhadas nas rochas, além do Templo Funerário da Rainha Hatshepsut e dos Colossos de Memnon.

Os últimos dias do roteiro são dedicados a conhecer as cidades de Kom Ombo – famosa por sediar o único templo egípcio dedicado a duas divindades: Sobek com cabeça de crocodilo e Haroeris, com cabeça de falcão - e Aswan – onde será possível fazer um passeio de faluca, embarcação egípcia tradicional, pelo rio Nilo.

Turismo

Empresas & Negócios

SPAS E EXPERIÊNCIAS WELLNESS VIRAM MODELO DE NEGÓCIO LUCRATIVO PARA HOTÉIS DE LUXO

Com grandes marcas assinando os produtos e tratamentos exclusivos, o alto investimento em spas e centros de bem-estar atraem hóspedes e investidores

Desfrutar de uma massagem relaxante, mergulhar em piscinas de temperaturas variadas, relaxar em camas de bolhas, se entregar a tratamentos estéticos com produtos de marcas renomadas como Dior, La Mer e Estée Lauder, ou participar de uma aula de yoga em um cenário paradisíaco — tudo isso combinado com um serviço hoteleiro de alta qualidade. Esse conjunto de experiências está se tornando cada vez mais presente nos sonhos de consumo dos viajantes ao redor do mundo.

Nos últimos anos, o foco em saúde e bem-estar tem ganhado ainda mais relevância, moldando como viajamos e vivenciamos a hospitalidade. No ano passado, o chamado turismo de bem-estar movimentou cerca de US$ 651 bilhões (R$ 3,19 trilhões) em todo o mundo, segundo dados da Research and Markets, e espera-se que o mercado global do setor alcance US$ 1,2 trilhão até 2027. um salto de 63% em relação a 2020.

Como resultado, hotéis e resorts estão constantemente se adaptando para atender à crescente demanda por comodidades voltadas para wellness, atraindo novos hóspedes e impulsionando as receitas dos proprietários. Descubra por que espaços de bem-estar cada vez mais exclusivos estão se tornando uma tendência dominante no setor.

Embora as despesas com serviços de SPA sejam tradicionalmente altas, a lucratividade tem aumentado nos últimos anos. Isso é provavelmente resultado da melhoria na supervisão operacional e do crescimento significativo da receita, impulsionado pela alta demanda, movimentos voltados ao bem-estar e crescimento deste tipo de conteúdo nas redes sociais. Com as receitas crescendo em um ritmo mais acelerado do que as despesas, não apenas as margens de lucro do departamento de SPA aumentaram, mas também o valor absoluto do lucro gerado. Nos últimos anos, os lucros do departamento de SPA cresceram em média 23,5%, com um aumento de 23,7% nos lucros dos SPAs de resort.

Programas de serviços de SPA, quando bem executados, não apenas melhoram a experiência dos hóspedes, mas também contribuem para a lucratividade geral da operação do hotel. Em alguns casos, a qualidade do SPA já se tornou um fator decisivo na escolha de onde se hospedar, e alguns resorts já são internacionalmente reconhecidos pelos seus espaços de wellness e atividades de saúde. É o caso da linha Hyatt Inclusive Collection, que abrange o portfólio de resorts de luxo all-inclusive da marca Hyatt. Em 2023, os resorts da linha lucraram mais de 60 milhões de dólares com seus spas, e a expectativa é que esse número seja ainda maior em 2024. Até julho deste ano, a linha já alcançou um lucro de 40 milhões de dólares.

Assim como a Hyatt Inclusive Collection investe em gastronomia, trazendo chefs estrelados e operadores de restaurantes de alto nível para assumir a área de alimentos e bebidas, a linha dedica recursos substanciais para elevar a experiência de luxo e bem-estar dos hóspedes. Isso inclui a implementação de SPAs com padrão internacional, alguns assinados por marcas renomadas como a Natura Bissé Pevonia, Babor e Bloomish Premium. "Cerca de 49% dos nossos clientes perguntam sobre as instalações e o preço dos SPAS e os espaços wellness captam entre 23% a 45% dos hóspedes por estadia. Entre 2018 e 2023 houve um crescimento de 10% ao ano na procura dos hóspedes por este tipo de serviço. Isso mostra que esses serviços atualmente podem representar uma parcela significativa dos lucros para os proprietários", diz Antonio Fungairino, Head de Desenvolvimento das Américas da Hyatt Inclusive Collection.

O investimento em wellness vai além da criação de espaços sofisticados; trata-se também de oferecer tratamentos diferenciados. Por exemplo, em alguns resorts da linha All-Inclusive, os hóspedes podem desfrutar da Hammam Floatation Therapy, um tratamento que combina esfoliação, envolvimento nutritivo e flutuação em gravidade zero. Em outros hotéis, eles podem conhecer o The O2 Relaxum, um tratamento com oxigênio puro para descongestionar, iluminar e clarear uma pele opaca — perfeito para viajantes frequentes e urbanos, cuja pele sofre com os agressores diários do estresse e da poluição.

Os hóspedes que mais procuram os spas são clientes com idade acima de 30 anos e que desejam uma experiência mais elaborada do que apenas uma massagem; eles desejam que a experiência de bem-estar esteja presente em toda a sua estadia. Por isso, cada vez mais, procuram hotéis com design seja inteiramente dedicado ao wellness ou que se comuniquem com a natureza e os produtos locais. Na Zoëtry Halkidiki Resort & Spa na Grécia, por exemplo, são oferecidas talassoterapias feitas para extrair benefícios do sal do mar grego. Já no Grand Hyatt, na Barra da Tijuca, há o Atiaia Spa & Fitness — o maior do Rio de Janeiro — que utiliza técnicas com óleos essenciais de plantas e frutos nacionais desenvolvidos exclusivamente pela empresa brasileira Samya.

"A tendência de turismo de bem estar muito provavelmente se prolongará para as próximas gerações. Os spas de resort/hotel possuem vantagens competitivas e operacionais sobre spas independentes, tanto de uma perspectiva de receita quanto de despesa. Os hotéis que incluírem serviços de SPA e wellness podem apresentar um desempenho acima do esperado, mas para isso é necessário escolher uma operadora que seja capaz de implementar sem elevar muito os custos e conseguir oferecer uma experiência atraente e diferenciada para os hóspedes", completa Antonio.

Matéria de capa

William_Potter_CANVA

OLHAR PARA OS CONCORRENTES

SETE RAZÕES PELAS QUAIS OS CLIENTES ESCOLHEM A CONCORRÊNCIA NO E-COMMERCE

Tanto no mundo offline quanto no online, todo vendedor se pergunta sobre o desempenho da concorrência, quais são suas métricas, por que vende mais ou o que faz para alcançá-lo. Neste cenário, é importante aprender a olhar para os concorrentes como uma fonte valiosa de informação, e não como uma ameaça, para melhorar as estratégias.

Juliana Vital (*)

Primeiro, é importante destacar o que é concorrência: a presença de múltiplas empresas rivais inseridas no mesmo mercado e oferecendo o mesmo produto ou serviço. Os consumidores têm opções para satisfazer as suas necessidades e, neste contexto, podem escolher o que melhor se adapta aos seus gostos.

No e-commerce funciona da mesma forma e também prevalece um ecossistema constantemente competitivo, que incentiva e estimula os vendedores que competem entre si a melhorar a qualidade do seu negócio e da sua oferta.

É importante lembrar que quando um comprador entra num mercado com o objetivo de satisfazer uma necessidade, pode encontrar centenas de publicações semelhantes e deve escolher apenas uma. O que pode induzir nessa escolha? Destaco e explico alguns dos motivos a seguir.

1 Boa reputação – Principalmente quando falamos de marketplaces, a reputação é medida pela qualidade do serviço oferecida pelo vendedor, estimulando a confiança, comentários e avaliações no ambiente online. Isso fará com que outros usuários que estejam procurando pelo mesmo item, o escolham.

A reputação do vendedor em cada marketplace é medido de uma maneira mas, geralmente, sempre leva em conta as seguintes variáveis: vendas canceladas pelo vendedor, entregas atrasadas, problemas com produtos vendidos e avaliações dos compradores.

2 Publicações atraentes – Os marketplaces mais conhecidos, assim como qualquer outro site de venda na internet, funcionam por meio de posicionamento. Se o seu produto vendido for de qualidade, mas a publicação não apresentar um

jamesteohArt_CANVA

bom posicionamento em comparação com a concorrência, você continuará perdendo.

Por isso, é importante usar palavras-chave em títulos, descrições, ficha técnica; informações completas sobre especificações, medidas, materiais, cores e marcas dos produtos. Quanto mais completa a sua publicação, mais atraente e melhor classificada estará.

3 Bom atendimento – Diferentemente dos canais diretos como redes sociais, WhatsApp ou mensagens recebidas em sites e e-mails, o SAC nos marketplaces exige ainda mais atenção. Com tantas possibilidades de compra para o usuário, uma resposta rápida e que tire as dúvidas do cliente pode ser o que falta para ele comprar o seu produto ou escolher o concorrente.

4 Imagens de qualidade – Imagens reais de alta qualidade, também são um fator decisivo na compra de produtos. Isso porque as boas fotos e que sejam reais, passam mais confiança e segurança no comprador e no produto. É um complemento a mais para se sobressair à concorrência.

5 Preços competitivos – O valor é um dos fatores que mais influenciam a decisão final do comprador. Por isso é sempre importante garantir que eles são suficientemente competitivos, mas sem sacrificar a rentabilidade. Aqui, a dica é estabelecer prioridades para cuidar dos produtos que geram mais lucros.

> “É importante lembrar que quando um comprador entra num mercado com o objetivo de satisfazer uma necessidade, pode encontrar centenas de publicações semelhantes e deve escolher apenas uma.

Estabeleça um esquema de prioridades e programe os controles de preços de acordo com a sua importância. Por exemplo: os produtos mais vendidos podem ser avaliados uma vez por dia; os com faturamento intermediário podem ser conferidos a cada três ou quatro dias; e por fim, aqueles com baixa rotatividade podem ser revisados uma vez por semana.

geremme_CANVA

6 Opções de envio – No e-commerce, o frete grátis é um dos benefícios que os compradores mais valorizam, assim como a entrega super rápida, no mesmo dia. Portanto, entender que as opções de envio são fatores decisivos para o seu produto e oferecer a opção adequada é uma ferramenta poderosa para atrair mais clientes, fidelizar os antigos e vender mais.

7 Diversas opções de pagamento – Atualmente, o modelo de pagamento via pix ganhou os clientes. Porém, é importante entender a demanda do seu público e disponibilizar diversas formas de pagamento aos usuários. Ser moderno e atual não deve excluir a utilização de boletos e cartões de crédito, por exemplo.

Levando em conta todos esses fatores que fazem o cliente escolher a concorrência, é essencial conhecê-la. Ter uma visão clara do que está acontecendo no mercado e saber exatamente quem são os concorrentes no e-commerce é fundamental para saber como agir. Esta análise permite-nos traçar um cenário real para desenhar novas estratégias e tomar decisões.

Incorporar um novo ponto de vista sobre seus concorrentes pode ser uma grande ajuda para organizar seus recursos e otimizar esforços. E melhor: auxilia na capacidade de continuar aprendendo, além de abrir caminho para novas oportunidades.

(*) - É Global Chief Revenue Officer da Nubimetrics (https://www.nubimetrics.com/br/).